

11. Телевизионная передача «Совершенно секретно» от 4.01.2017 г. Ведущий – Д. Губин.

## **АНАЛИЗ ОПЫТА ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СФЕРЕ МУЗЕЙНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

*Гриценко А. Д.*

*Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б. Н. Ельцина,  
Екатеринбург*

Аннотация: В данной работе рассмотрена проблема восприятия музея современным человеком. Была приведена шкала критериев, с целью анализа объектов графического дизайна. Выявлена перспектива переноса их свойств и возможностей на музейные коммуникации.

Abstract: In this paper, the problem of the perception of the museum by modern man is considered. A scale of criteria was given to analyze the objects of graphic design. The prospect of transferring their properties and capabilities to museum communications has been revealed.

В настоящее время, обычный «средний» средний человек воспринимает музей как хранилище истории. Как некий архив предметов прошлого, «вырванных из естественной среды и помещенных в музейные залы, где их можно

лишь созерцать, но нельзя, жить с ними» [1. С. 131].

Безусловно, многие музеи уже меняются, привнося в свои экспозиции необходимую для всестороннего восприятия предмета атмосферу. В этих музеях человек может прожить частичку истории вместе с экспонатами. К примеру, Эстонский Национальный Музей, повествующий о быте различных народов, погружает посетителей в глубь веков, а также связывает историю с современностью, используя инновационные технологии в организации пространства музея. Также можно сказать о более далеком от нас, в географическом плане, Новозеландском музее Te Papa Tongarewa. Все его многочисленные экспозиции потрясают воображение посетителей. Буквально везде здесь есть элемент интерактива, вовлекающий человека любого возраста во взаимодействие с историей экспонатов.

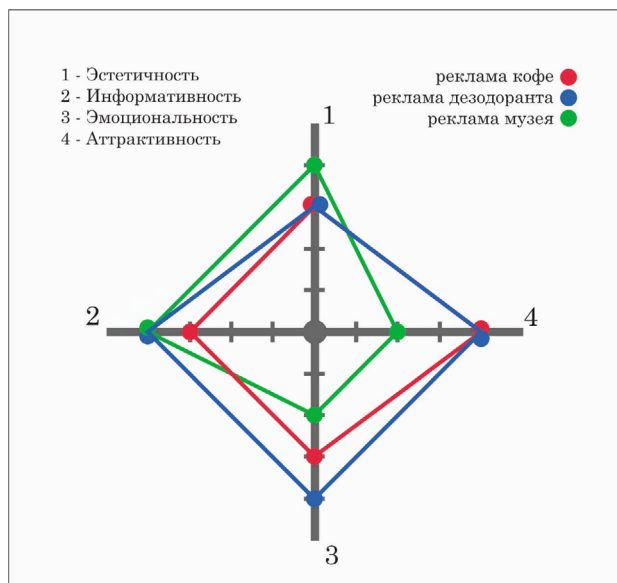
Однако, не каждый музей обладает большим бюджетом, что бы позволить себе использование инновационных технологий. И в этом им может помочь графический дизайн. Ведь грамотно подобранное плоскостное решение может помочь в создании необходимой для экспозиции атмосферы.

Для анализа опыта графического дизайна было выбрано три продукта графического дизайна уже многократно привлекавших внимание своей аудитории. Это реклама кофе Folgers на улицах Нью-Йорка [2]; реклама дезодоранта

Ахе в местах общего пользования [4]; рекламный плакат Музея архитектуры им. Щусева [3].



В процессе работы был выделено несколько основных критериев присущих качественному объекту графического дизайна: эстетичность, информативность, эмоциональность, аттрактивность. Все исследуемые объекты были рассмотрены на сравнительной шкале.



В ходе анализа два разных подхода в использовании объектов графического дизайна. Как мы можем увидеть из схемы рекламные объекты 1 и 2 используют почти идентичный набор свойств. Погружая аудиторию в свою атмосферу используя нестандартную ситуацию в обычных локациях. Подход же объекта 3 создает атмосферу, контрастирующую с окружением. При том настолько эстетичную, что зритель погружается в нее на некоторое время, забывая обо всем.

Оптимизируя музейные коммуникации мы можем оба этих подхода как во внешних коммуникациях, так и во внутренних. Однако, из соображений техники безопасности, второй вариант лучше использовать только во внутренних коммуникациях, где посетители смогут погрузиться в воссозданную атмосферу с головой.

Используя графический дизайн для оптимизации музейных коммуникациях, мы можем изменить стереотипный взгляд на музейные экспозиции, и привлекать большие аудитории.

#### Литература

1. Калугина Т. П. Художественный музей как феномен культуры. С-Пб.:Петрополис,2001. — 224 с.
2. Реклама кофе Folgers [Электронный ресурс] // VilingsStore. URL: <http://vilingsstore.net/Eda-i-napitki-c12/Reklama-kofe-Folgers-i91040> (дата обращения: 04.02.2017).

3. Узнай полную историю [Электронный ресурс] // Государственный музей архитектуры имени А. В. Щусева. URL: <http://muar.ru/item/330-znaj-polnuyu-istoriyu> (дата обращения: 04.02.2017).

4. Axe Deodorant: «THREESOME» Наружная реклама, агентство: Brandcom Middle East [Электронный ресурс] // Архив креативной рекламы. URL: <http://ru.coloribus.com/архив-рекламы/наружная-реклама-эмбиент/axe-deodorant-threesome-8320855/> (дата обращения: 04.02.2017).